



CÔNG BỐ CHUẨN ĐẦU RA

(Công bố chuẩn đầu ra xây dựng dựa trên Chương trình đào tạo ngành Digital Marketing được ban hành theo Quyết định số 1819/QĐ-ĐHHS ngày 24/7/2024 của Hiệu trưởng trường Đại học Hoa Sen)

Ngành: Digital Marketing

Trình độ đào tạo: Đại học

Khóa: 2024 - 2028

1. Mục tiêu

1.1. Mục tiêu chung

Chương trình đào tạo ngành Digital Marketing (bậc Đại học) được thiết kế nhằm mang đến cho người học những kiến thức chuyên sâu và những trải nghiệm ứng dụng kỹ thuật số trong digital marketing để có thể xây dựng một chiến lược digital marketing cho các thương hiệu cũng như khai thác các ứng dụng của digital marketing trong việc tạo ra các giá trị hữu hình và vô hình cho các doanh nghiệp và các tổ chức.

1.2. Mục tiêu cụ thể

- Vận dụng các kiến thức về digital marketing và các kỹ năng vào trong thực tế của môi trường kinh doanh hội nhập toàn cầu thông qua việc sử dụng nhuần nhuyễn các công cụ của digital marketing và triển khai các chiến lược digital marketing xuyên suốt trong các hoạt động của tổ chức;
- Nắm vững các kiến thức nền tảng bắt buộc trong việc sử dụng và triển khai các công cụ digital marketing và có thể tiếp cận các kiến thức, kỹ năng chuyên sâu về quản trị các chiến dịch digital marketing, vận dụng phù hợp trong từng tình huống cụ thể;
- Có những kiến thức và kỹ năng xã hội cơ bản phù hợp với chuyên ngành được đào tạo; có khả năng làm việc độc lập và kỹ năng làm việc nhóm; có khả năng giao tiếp tiếng Anh trong công việc, học tập và nghiên cứu.

2. Chuẩn đầu ra

Tốt nghiệp chương trình đào tạo ngành Digital Marketing (bậc Đại học), sinh viên đạt được các chuẩn đầu ra đáp ứng tiêu chuẩn đào tạo như sau:

2.1. Kiến thức

- PLO1: Nhận thức được về vai trò của một chương trình digital marketing trong việc phát triển một thương hiệu.
- PLO2: Áp dụng nhuần nhuyễn các công cụ của digital marketing như SEO, SEM, quảng cáo trên điện thoại thông minh, mạng xã hội, website, app, v.v... trong việc lập kế hoạch digital marketing cho doanh nghiệp.
- PLO3: Xây dựng chiến lược digital marketing phù hợp với định hướng chiến lược nhằm duy trì và phát triển thương hiệu cũng như tạo được lợi thế cạnh tranh dài hạn cho doanh nghiệp cũng như hạn chế những rủi ro do truyền thông kỹ thuật số gây ra.



2.2. Kỹ năng

- PLO4: Kỹ năng tư duy phân biện, khả năng sáng tạo, phân tích lập luận, đánh giá các quy trình và giải pháp hợp lý cho một chương trình digital marketing.
- PLO5: Có chứng chỉ trình độ tiếng Anh tương đương trình độ B1 hoặc các chứng chỉ khác tương đương.
- PLO6: Có kỹ năng làm việc độc lập và làm việc theo nhóm để phục vụ cho hướng công việc tương lai.
- PLO7: Có kỹ năng tự học hỏi, nghiên cứu và khai thác thông tin phục vụ cho việc triển khai một chiến dịch digital marketing hoặc vì mục đích học thuật.

2.3. Năng lực tự chủ và trách nhiệm

- PLO8: Áp dụng các nguyên tắc đạo đức cá nhân và chuẩn mực đạo đức kinh doanh vào hoạt động chuyên môn và trách nhiệm xã hội
- PLO9: Trung thực, năng động, tự tin, có trách nhiệm đối với khách hàng và cộng đồng
- PLO10: Hợp tác với người khác trong đa dạng bối cảnh làm việc chuyên nghiệp
- PLO11: Thể hiện tác phong chuyên nghiệp, tinh thần hợp tác, có trách nhiệm và nỗ lực đóng góp cho sự phát triển chung của tổ chức.
- PLO12: Có thể phát huy thế mạnh trong các lĩnh vực văn, thể, mỹ và chuyên ngành khác để có góc nhìn toàn diện về vấn đề và đề xuất được các phương án giải quyết vấn đề trong kinh doanh một cách hiệu quả.

3. Cơ hội nghề nghiệp

Sinh viên sau khi tốt nghiệp sẽ có đủ năng lực đảm nhận các vị trí chuyên viên hoặc quản lý ở lĩnh vực Digital Marketing như: Mobile marketing, Search engine optimization (SEO), Search engine marketing (SEM), Social media, E-commerce, Email marketing, Marketing automation, Copywriting and editing, Analytics, Brand, Account, nghiên cứu, v.v... trong tất cả các công ty, đặc biệt là các công ty về SEO/ SEM, digital marketing, advertising, fintech, startup,...

Ngày 24 tháng 7 năm 2024

Trưởng Khoa

TS. Trần Bá Dung

Ngày 01 tháng 07 năm 2024

Giám đốc chương trình

ThS. Phạm Văn Phát